

УДК 316.6:304.043.5

КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ ТА СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В КОНТЕКСТІ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Позняк С. І., к. психол. н., с. н. с. лабораторії психології політичної поведінки
молоді, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України

У статті проаналізовано теоретичні підходи до вивчення комунікативних практик соціальної взаємодії як чинника громадянської та національної самоідентифікації студентської молоді та представлено результати емпіричного дослідження комунікативних практик та стратегій соціальної взаємодії студентства різних регіонів країни.

Ключові слова: комунікативна практика, соціальна взаємодія, самоідентифікація, громадянська та національна самоідентифікація, комунікативні стратегії, студентська молодь.

В статье проанализировано теоретические подходы к изучению коммуникативных практик социального взаимодействия как фактора гражданской и национальной самоидентификации студенческой молодежи и представлено результаты эмпирического исследования коммуникативных практик и стратегий социального взаимодействия студенчества разных регионов страны.

Ключевые слова: коммуникативная практика, социальное взаимодействие, самоидентификация, гражданская и национальная самоидентификация, коммуникативные стратегии, студенческая молодежь.

Poznyak S. I. **COMMUNICATION PRACTICES AND STRATEGIES OF
SOCIAL INTERACTION IN THE CONTEXT OF STUDENT CIVIC AND
NATIONAL SELF-IDENTIFICATION**

The article deals with the analysis of the theoretical approaches to investigating communication practices of social interaction as a factor of student civic and national self-identification, as well as presentation of the outcomes of the empirical research of student communication practices and strategies of social interaction in different regions of the country.

Key words: *communication practice, social interaction, self-identification, civic and national self-identification, communication strategies, student youth.*

Постановка проблеми. В умовах еволюції інформаційного суспільства актуалізуються питання про нові методологічні підходи до пояснення специфіки його соціокультурних феноменів і проблем громадянської та національної самоідентифікації зокрема. Один із таких підходів до дослідження соціальних явищ і процесів пропонується теорією соціальної комунікації, де суспільство розглядається як структура, яка відтворює себе і має цілісний та системний характер завдяки комунікативним зв'язкам своїх членів [1]. Відповідно, методологічно обумовленим і актуалізованим є поняття «комунікативна практика», та вивчення комунікативних практик залучення до соціальної взаємодії як чинника громадянської та національної самоідентифікації соціальної групи та її членів.

Метою статті є окреслити базові концептуальні положення підходу до вивчення комунікативних практик залучення до соціальної взаємодії як чинника громадянської та національної самоідентифікації студентської молоді; представити модель емпіричного дослідження комунікативних практик студентства та обговорити отримані результати.

Аналіз досліджень і публікацій. «Комунікативна практика» розглядається як різновид соціальної практики, основи концептуалізації якої закладені теорією соціальної дії, дослідженнями М. Вебера, Т. Парсонса, П. Бурдьє, Е. Гідденса, П. Бергера і Т. Лукмана. У сучасній соціальній науці соціальні практики визначаються як узвичаєнені рутинні соціальні дії, які ґрунтуються на колективному досвіді

суб'єкта і, за узагальненням Г. Гарфінкелем, мають такі основні характеристики: колективний характер, рутинність, можливість спостереження та рефлексивність [2]. Соціальні практики забезпечують стабільність соціального досвіду і відтворення соціальних інститутів.

Комунікація як соціальна дія є способом досягнення та збереження консенсусу, солідарності та стабільності суспільства згідно теорії комунікативної дії Ю. Габермаса. Поняття життєвого досвіду дослідник розглядає як контекст комунікативної дії, як «сховище» смислів, які можна використовувати для інтерпретацій різних ситуацій взаємодії з метою досягнення консенсусу [3].

У методологічному підході Н. Лумана [4] насамперед розглядається така властивість комунікації, як підтримка самовідтворення суспільства. Комунікація є смисловим відтворенням суспільства. Семантичне структурування соціальної системи забезпечує необхідну зв'язаність, а через неї і цілісність суспільства. Особистість є носієм смислів, заради яких відтворюється система комунікацій.

Вибір індивідом дій, які забезпечують адекватне сприйняття і передачу інформації в конкретній ситуації відбувається в процесі реалізації комунікативних практик. В них індивідом, який репрезентує систему знань, норм, цінностей та зразки поведінки, прийняті у конкретному комунікативному середовищі [5], осмислюється інформація і співвідноситься зі смислами партнерів по комунікації з метою досягнення певного рівня взаєморозуміння, а отже відбувається і спільне смислотворення [1].

Таким чином, *комунікативні практики* виступають чинником структурування соціальної діяльності, інструментом відтворення, інтерпретацій і конструювання смислів щодо цілей, способів, норм та правил соціальної взаємодії. Комунікативні практики мають ознаки як узвичайнених рутинних соціальних дій, так і інтенціональної, раціональної та соціально регламентованої діяльності, яка спрямована на передачу/прийняття соціально значущої інформації та відтворення систем комунікації різного рівня.

У межах комунікативно-дискурсивного підходу комунікації комунікативні практики розглядаються як чинник розвитку самосвідомості людини, презентації та захисту її інтересів, а також інтересів соціальних груп і суспільства в цілому, ініціювання різних способів самоорганізації, залучення до соціальної активності, а отже і визначення життєвих орієнтацій особистості та групи, оформлення її національної ідентичності.

Реалізуючи комунікативні практики суб'єкт конструює не тільки оточуючу соціальну та політичну реальність, але й своє «я» як соціально-культурний, соціально-політичний конструкт, який постійно взаємодіє з іншими в різних контекстах та ролях (громадянській зокрема) і, відповідно, формує уявлення про себе, самооцінку, яка певною мірою є відображенням себе як «узагальненого іншого» [1], що дозволяє розглядати комунікативні практики як чинник громадянської та національної самоідентифікації.

Самоідентифікація – це усвідомлення себе як соціального актора, який діє у певній системі мотивів і цілей, один з механізмів міжособистісного сприйняття, завдяки якому суб'єкт комунікації моделює смислове поле партнера по спілкуванню» і, відповідно, вибудовує власні моделі поведінки. Поняття самоідентифікації можна розглядати як синонімічне поняттю самокатегоризації, запропоноване Дж. Тернером [6], яке означає соціальну категоризацію індивідом самого себе.

Однак, на думку С. П. Поцелуєва, важливо не перебільшувати можливості особистісного самопізнання в процесі конструювання соціальних ідентичностей та усвідомлювати, по-перше, роль неусвідомлених механізмів розвитку ідентичності, і, по-друге, сучасні маніпулятивні технології, які задають «правильні» символічні зв'язки між членами спільнот, уніфікуючи ідентифікацію з найважливішими соціально-політичними символами [7].

Важливим аспектом вивчення проблеми самоідентифікації в рамках завдань нашого дослідження є проблема підтримання індивідом позитивної соціальної

ідентифікації, коли ідентифікація є не тільки когнітивним, а й мотиваційним феноменом. На думку Г. Тешфела і Дж. Тернера [8], людині притаманне прагнення до позитивного образу самої себе. Тому прагнення суб'єкта до досягнення та збереження позитивної соціальної ідентичності є одною з основних закономірностей динаміки соціальної ідентифікації.

Втім існує також низка досліджень, які акцентують здебільшого процес самоверифікації, за якого тенденції до підтвердження як позитивних, так і негативних думок про себе відзначаються як рівноправні. Індивіди вибирають партнерів по взаємодії, які підтверджують їх уявлення про себе, навіть якщо такі уявлення є негативними [9].

Виклад основного матеріалу дослідження Викладені вище положення окреслюють загальні підходи до вивчення комунікативних практик та вибору стратегії емпіричного дослідження комунікативних соціальної взаємодії в контексті громадянської та національної самоідентифікації студентської молоді. З метою операціоналізації моделі емпіричного дослідження ми звернулися до аналізу теорії соціальної взаємодії, проведеного в процесі попередніх досліджень, та запропонованих нами параметрів соціальної взаємодії [10]. В результаті було сформульовано наступні базові положення моделі дослідження комунікативних практик соціальної взаємодії.

Комунікативними практиками соціальної взаємодії є комунікативні дії, спрямовані на підтримку системи індивідуальних і колективних диспозицій щодо розвитку соціальних зв'язків.

Комунікативні практики соціальної взаємодії інтерпретуються як індивідуальний та як колективний ресурс громадянської та національної самоідентифікації і в залежності від соціальної ситуації, цілей та мотиваційно-ціннісних орієнтацій суб'єкта, можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки для інтенсифікації громадянської та національної ідентичності суб'єкта.

Комунікативні практики соціальної взаємодії розглядаються у двох аспектах: структурному – як спосіб підтримки сталих взаємозв'язків – мереж, у яких відбувається соціальне залучення, та культурному – як засіб узгодження цінностей, норм та смислів, на основі яких вибудовуються соціальні зв'язки. Виділяється три компоненти практик соціальної взаємодії: нормативний або поведінковий (уміння та готовність до взаємодії), ставленнєвий (характер зв'язків між людьми) та когнітивний (спільні смисли, цінності, образи та наративи, що лежать в основі інтер- та інтрагруповій взаємодії).

Емпіричне дослідження комунікативних практик залучення до соціальної взаємодії як чинника громадянської та національної самоідентифікації молоді здійснювалось у два етапи. *На першому етапі* було проведено глибинне інтерв'ю для операціоналізації теоретичної моделі дослідження: виявлення нормативних, ставленнєвих та когнітивних аспектів сценаріїв комунікативної поведінки студентської молоді. Метою *другого етапу* було дослідження комунікативних практик інтра- та інтергрупової комунікації молоді на різних рівнях соціальної взаємодії: участь, ставлення, інтерпретація базових смислів. Для його реалізації було застосовано метод семантичного диференціалу та метод незакінчених речень і здійснювався він за спеціально розробленим опитувальником.

Глибинне інтерв'ю, до якого було залучено 14 респондентів – представників студентської молоді м. Києва, здійснювалось за спеціально побудованим гайдом. Структура гайда і, відповідно, його запитання розроблялися з урахуванням попередньо визначених параметрів соціальної взаємодії: стосункові (довіра, взаємність, розуміння і прийняття норм та цілей співпраці, визнання зобов'язань, партнерства та відповідальності); когнітивні (спільні змісти та смисли, які вироблені та використовуються індивідами або групами в інтергруповій або інтрагруповій взаємодії); та поведінкові (настанови та готовність суб'єкта створювати зв'язки з іншими в межах певної соціальної структури). Оскільки комунікативні практики соціальної взаємодії вивчалися в контексті їх впливу на

громадянську на національну самоідентифікацію, смислове навантаження запитань віддзеркалює такі показники громадянської та національної ідентичності, як громадянська, національна та етнічна самокатегоризація, політико-правова освіченість, знання та розуміння принципів та цінностей демократичної взаємодії і готовність до їх застосування в різних сферах суспільного життя, лояльність до політичної спільноти, важливість належності до етнічної групи та патріотизм, правосвідомість і відповідальність, толерантність, громадянська чеснота, політична і громадянська активність.

Для заглиблення в контекст респондентам пропонувалися такі запитання: Чи вважаєте Ви себе успішним комунікантом? Які проблеми є предметом вашої комунікації з родиною/друзями/ однолітками, представниками громадських організацій тощо? Які фактори сприяють кращому порозумінню між партнерами? Чи існують національні особливості комунікації?

Другий блок запитань стосувався сфери соціального залучення та мережевих зв'язків, які підтримують респонденти, і відповідав поведінковим параметрам соціальної взаємодії. Тут респондентам було запропоновано відповісти на такі запитання, як, наприклад: Членом якої громади Ви себе вважаєте? Що об'єднує Вас з її членами? Опишіть одну з ситуацій Вашого активного залучення. Чи відчуваєте Ви свою належність до національної спільноти? Як вона виявляється?

Третій блок містив запитання щодо ставлень, зобов'язань та норм соціальної взаємодії та комунікації (ставленнєві параметри соціальної взаємодії) на кшталт: Від чого, на Вашу думку, залежить успішність комунікації на рівні сім'ї, друзів, місцевої громади, нації та держави? Які громадянські /соціальні обов'язки Ви маєте і чи завжди Ви готові їх виконувати або очікувати їх виконання від інших?

У четвертому блоці респондентам було запропоновано запитання щодо семантичних аспектів комунікації: Якими спільними досягненнями вашої сім'ї, друзів, студентської/місцевої/національної спільноти Ви пишаєтесь? Які національні досягнення надають Вам відчуття гордості та комфорту? Що

непокоїть? Чи зрозумілі Вам поняття прав людини, верховенства права, соціальної справедливості, громадянської відповідальності? Які є найактуальнішими для Вас?

В результаті опрацювання відповідей респондентів було виявлено нормативні, ставленнєві та когнітивні аспекти комунікативної поведінки молоді та зібрано дані для підготовки інструментарію другого етапу емпіричного дослідження – регіонального опитування студентства.

Дані аналізу відповідей досліджуваних у ході інтерв'ю дозволили також зробити деякі попередні висновки щодо особливостей комунікативних практик та стратегій соціальної взаємодії. Серед особливостей зазначимо, насамперед, такі: лібералізм та толерантність до інших думок; непривабливість радикальних поглядів; уникання спілкування щодо релігійних поглядів; акцентована громадянська та національна ідентичність; розмитість етнічної ідентичності; ідентифікація з пострадянським комунікативним простором, що визначається спільним минулим та спільними проблемами, Захід – інший; детермінанта комунікації з однолітками, сусідами, представниками інших поколінь – спільність інтересів, рівність, у тому числі гендерна; детермінанта комунікації в сім'ї – підкорення встановленим (спільним) нормам та правилам; детермінанта комунікації з владою – відсторонення та очікування змін щодо верховенства права та забезпечення прав людини.

На другому етапі емпіричного дослідження респондентам було запропоновано опитувальник, що складався з трьох частин. Перша – опитувальник за методом семантичного диференціалу, що включав 63 судження з приблизно рівною кількістю шкал за кожним із визначених компонентів соціальної взаємодії; друга – перелік форм взаємодії, в яких найчастіше виявляється громадянська і національна самоідентифікація респондентів, для ранжування; третя – список незакінчених речень для більш поглибленого вивчення смислів, що структурують стратегії соціальної комунікації студентської молоді.

У опитуванні взяло участь 222 респонденти з різних регіонів країни: центру, сходу, півдня та заходу. На основі факторного аналізу даних опитування за методом семантичного диференціалу було визначено координати семантичного простору комунікативних практик студентства за загальним масивом даних в цілому по країні.

Факторна модель комунікативних практик респондентів має 69.76 % сумарної дисперсії і складається з ієрархії таких компонентів: довіра та відповідальність (F_1), національна ідентичність і національний характер (F_2), громадянська позиція (F_3), правила соціальної комунікації (F_4), комунікативні преференції (F_5), агенти впливу (F_6).

Структура моделі свідчить про те, що комунікативні практики соціальної взаємодії молоді детерміновані смислами *довіри та відповідальності*. На це вказує зміст першого найбільш навантаженого фактора (внесок у сумарну дисперсію 21.88%). Довіра тут представлена в контексті національного характеру співвітчизників, чинника комунікації з владою, громадянської участі, правосвідомості та відповідальності, суспільного дискурсу і інтра- та інтерпоколінної взаємодії.

Аналіз одномірного розподілу даних показав, що респонденти значною мірою зважають на соціальну довіру та взаємність як прояв національного характеру. Однак вони не визначилися з тим, чи притаманні ці ставлення їх національній спільноті, чи ні. Щодо взаємодії з владою, то більшість досліджуваних (55,0%) засвідчили, що саме недовіра до неї є об'єднуючим чинником для громадян, і лише біля 20% не погодилися з такою думкою. 68, 20% позитивних реакцій на судження «Люди переконані, що рішення в політиці приймають тільки багаті» проти 14,28% негативних і 17,15% відповідей «і так, і ні» підкреслює роль соціального розшарування у суспільстві як чинника недовіри між владою та громадянами. На загальний рівень довіри в суспільстві і його оцінку молоддю може вказувати реакція

на судження «У нашому суспільстві не заведено виносити проблеми на обговорення – їх або замовчують, або списують на обставини», з яким погодилась половина респондентів і чверть відповіла негативно. Так само, як і в суспільстві, існує практика запобігання обговорення спірних питань на міжособистісному рівні. Так більшість досліджуваних визнала, що вони часто жартують над пролемою, яку не можуть розв'язати, щоб простіше було з нею впоратися.

Значне місце у семантичному просторі комунікативних практик соціальної взаємодії досліджуваних належить значенням, пов'язаним з *національною ідентичністю та особливостями національного характеру*, про що свідчить другий за ієрархією фактор (12.88% внеску в сумарну дисперсію). 60,06 % респондентів демонструють лояльність до батьківщини, погоджуючись із твердженням про те, що краще жити там, де ти народився і відпочивати там, де хочеться, ніж шукати дім там, де його немає. 64,86 % досліджуваних декларують, що їм близьке все українське і зокрема українська культура. Твердження ж «Мої співгромадяни толерантні по відношенню до інших поглядів» не було підтримане більшістю респондентів. Не отримало підтримки більшості і судження «Найпростіше знайти порозуміння з людьми своєї етнічної групи», яке було підтримано лише 32,13% респондентів. Такий результат з урахуванням даних глибинного інтерв'ю може свідчити про аморфність етнічної ідентифікації досліджуваних.

Третій фактор під назвою «*громадянська позиція*» (10.18% внеску в сумарну дисперсію) артикулює значення громадянської суб'єктності, яка, як виявилось, має досить слабкі позиції в соціальній поведінці студентства. Лише 35,58% досліджуваних визнали, що мають свою громадянську позицію і активно декларують її у взаємодії з іншими. 32,28% підтвердили, що можуть навести приклади своєї активної громадської участі. А от судження «Я завжди позиціоную себе як українець(нка) і відстоюю інтереси своєї держави» було підтримано більшістю опитуваних. Переважною більшістю респондентів було схвалено твердження про те, що активні громадяни переконані, що Україна має шанс, якщо

кожен змінить ставлення до своїх прав та обов'язків і свої життєві пріоритети. Такий контраст у реакції респондентів на перші два судження порівняно з останніми чотирма може бути свідченням невідповідності реальної комунікативної поведінки декларованій і прагнення студентства відповідати соціальним очікуванням.

Аналіз суджень, які складають фактор «правила соціальної комунікації» (9.80% сумарної дисперсії) вказує на ліберальність комунікативних практикопитуваних: для більшості респондентів у міжособистісному спілкуванні немає заборонених тем, різні політичні погляди, різниця в віці та статусі не є перешкодою у спілкуванні. Відповідальність виявилася також акцентованою рисою комунікативних практик студентства. 82,03% опитуваних вважають, що людина, яка встановлює свої правила гри, повинна розуміти, що буде нести відповідальність за їх наслідки.

Найменш інформативними виявилися фактори «комунікативні *преференції*» та «*агенти впливу*» (7.84% та 7.18% внеску в сумарну дисперсію відповідно). Аналіз суджень, які їх складають, та одномірний розподіл даних свідчить про ґручність та відсутність жорстких настанов респондентів щодо вибору партнерів по комунікації та способів взаємодії з метою досягнення поставленої цілі. Так 50,90 % опитуваних підтримали івердження, що не треба боятися правил – їх потрібно руйнувати і змінювати. Щодо агентів впливу, то респонденти актуалізували роль батьків, викладачів та людей, старших за віком і статусом.

Останнє підтверджується результатами ранжування респондентами форм взаємодії, в яких найчастіше реалізується їхня громадянська і національна самоідентифікація. За відповідями респондентів найчастіше це відбувається в дискусіях з однолітками (76.50 % відповідей), під час обговорень з батьками (67.74 %) та в дискусіях з викладачами (36.87%). Найменш продуктивними формами взаємодії з точки зору громадянської та національної самоідентифікації студентство визнало участь у традиційних громадянських та національних діях (7.37 %) і участь у політичних об'єднаннях (3.23 %).

В цілому ж результати факторного аналізу загального масиву даних опитування студентства дозволяють актуалізувати запропоновану за результатами глибинного інтерв'ю робочу типологію комунікативних стратегій соціальної взаємодії як чинника громадянської та національної самоідентифікації, яка включає три типи практик: *партиципативні, деліберативні та практики відсторонення або очікування*. Видається, що різним формам соціальної взаємодії переважно характерні певні типи комунікативних стратегій. Так практики відсторонення або очікування в цілому відповідають взаємодії площини «громадянин – влада», деліберативні практики реалізуються у площині «громадянин – суспільство», партиципативні практики – у площині «громадянин – найближче оточення».

Висновки. Емпіричне дослідження комунікативних практик соціальної взаємодії як чинника громадянської та національної самоідентифікації молоді ґрунтується на базовому теоретичному положенні про те, що в процесі комунікації суб'єкт конструює не тільки оточуючу соціальну та політичну реальність, але й своє «я» як соціально-культурний, соціально-політичний конструкт, який постійно взаємодіє з іншими в різних контекстах та ролях (громадянській зокрема) і, відповідно, формує уявлення про себе, яке є відображенням себе як узагальненого іншого.

За результатами емпіричного дослідження встановлено, що семантичний простір комунікативних практик соціальної взаємодії студентства детермінований смислами довіри та відповідальності. Запропоновано робочий варіант типології комунікативних стратегій молоді, складовими якої є партиципативні і деліберативні практики, а також практики відсторонення або очікування. Визначено найпродуктивніші та найменш продуктивні форми соціальної взаємодії, в яких реалізується громадянська і національна самоідентифікація студентської молоді. Найпродуктивнішими виявились такі форми, як дискусії з однолітками, батьками та викладачами. Найменш продуктивними – участь у традиційних громадянських та національних ритуалах і членство в політичних об'єднаннях.

Подальший аналіз та інтерпретація зібраних у ході дослідження емпіричних даних, зокрема його проєктивного етапу, дозволять перевити та уточнити представлені висновки, а також здійснити порівняльний аналіз комунікативних практик та стратегій соціальної взаємодії студентської молоді різних регіонів з метою виявлення їх регіональних особливостей. Цим заданням буде присв'ячено наступний етап дослідження.

Література

1. Сергодеева Е. А. Коммуникативные практики в повседневности информационного общества / Е. А. Сергодеева, Е. О. Бурчикова // Теория и практика общественного развития, 2015. – № 12. – С. 317–319.
2. Зотов В. В. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества / В. В. Зотов, В. А. Лысенко // Теория и практика общественного развития, 2010. – № 3. – С. 53–55.
3. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии / Г. Гарфинкель. – СПб., 2007. – 335 с.
4. Хабермас Ю. Гражданство и национальная идентичность / Ю. Хабермас. <http://www.hrighs.ru/hrighs/text/b/Chapter5.htm>, 2000.
5. Луман Н. Теория общества / Н. Луман // Теория общества. Фундаментальные проблемы. – М., 1999. – 416 с.
6. Тернер Дж. Социальная идентичность самокатегоризация и группа / Дж Тернер, П. Оукс, С. Хэслем, В. Дэвид // Иностранная психология, 1994 – Т. 2. – № 2(4). – С.8–17.
7. Поцелуев С. П. Символические средства политической идентичности. К анализу постсоветских случаев / С. П. Поцелуев // Трансформация идентификационных структур в современной России: сборник статей / Под ред. Т. Г. Стефаненко. – М.: Московский общественный научный фонд, 2001. – С. 106–159.

8. Tajfel H. The social identity theory of intergroup behavior / H. Tajfel, J. C. Turner // Psychology of intergroup relations / Ed. by S. Worchel, W. G. Austin. – Chicago : Nelson-Hall, 1986. – P. 7–24.
9. Swann W. B. To Be Adored or to Be Known. The Interplay of Self-Enhancement and Self-Verification / W. B. Swann // Handbook of Motivation and Cognition : Foundations of Social Behavior / Ed. by E. T. Higgins, R. M. Sorrentino. – New York : Guilford Press, 1990. – Vol. 2. – P. 408–448.
10. Позняк С. І. Концептуальні основи дослідження соціального капіталу як чинника громадянського залучення / С. І. Позняк // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: Зб. наук. праць / За заг. ред. М. М. Слюсаревського – К: Міленіум, 2012. – Вип.13. – С. 75–84.